

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA ASURANSI JASARAHARJA PUTERA
DI SURABAYA**

S K R I P S I

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Oleh :

OKY WULANSARI
0512010115 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA ASURANSI JASARAHARJA PUTERA
DI SURABAYA**

S K R I P S I



Oleh :

OKY WULANSARI
0512010115 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asuransi Jasaraharja Putera Di Surabaya”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh. Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Dwi Widajati, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Ilahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Nopember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran	9
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.2.3. Konsep Pemasaran	11
2.2.4. Tujuan Pemasaran	12
2.2.5. Kepuasan Konsumen	13
2.2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	13

2.2.5.2. Dimensi Kepuasan Konsumen	15
2.2.6. Loyalitas Konsumen	16
2.2.6.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	16
2.2.6.2. Dimensi Loyalitas Konsumen	18
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	19
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.1.1. Definisi Operasional	23
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	25
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	25
3.3. Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1. Jenis Data.....	27
3.3.2. Sumber Data	27
3.3.3. Pengumpulan Data.....	28
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	28
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	28
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat	29
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat	29
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	30
3.4.3. Uji Normalitas Data	30

3.4.4. Pemodelan SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	31
3.4.5. Uji Hipotesis	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	36
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.1.2. Deskripsi Kepuasan (X)	37
4.1.2.1. Atribut-atribut yang berhubungan dengan produk / jasa (X ₁)	38
4.1.2.2. Atribut-atribut yang berhubungan dengan pelayanan (X ₂)	39
4.1.2.3. Atribut-atribut yang berhubungan dengan pembelian (X ₃)	40
4.1.3. Loyalitas Konsumen (Y).....	41
4.1.3.1. <i>Cognitive Loyalty</i> (Y ₁).....	42
4.1.3.2. <i>Affective Loyalty</i> (Y ₂)	42
4.1.3.3. <i>Conative Loyalty</i> (Y ₃).....	43
4.1.3.4. <i>Action Loyalty</i> (Y ₄)	44
4.2. Analisis Data	45
4.2.1. Evaluasi Outlier	45
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas	47
4.2.3. Evaluasi Validitas	49
4.2.4. Evaluasi <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	50
4.2.5. Evaluasi Normalitas	51
4.2.6. Analisis Model <i>One – Step Approach</i> to SEM	52
4.2.7. Uji Kausalitas	55

4.3. Pembahasan.....	56
4.3.1. Pengujian Hipotesis Kepuasan dengan Loyalitas.....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pemegang Polis di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya Tahun 2005 – 2007	3
Tabel 1.2 Jumlah Komplain Konsumen PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya Periode Januari – Desember 2008	4
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Atribut-atribut yang berhubungan dengan produk / jasa (X_1)	38
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Atribut-atribut yang berhubungan dengan pelayanan (X_2).....	39
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Atribut-atribut yang berhubungan dengan pembelian (X_3)	40
Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Cognitive Loyalty</i> (Y_1)	42
Tabel 4.7. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Affective Loyalty</i> (Y_2)	43
Tabel 4.8. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Conative Loyalty</i> (Y_3)	44
Tabel 4.9. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Conative Loyalty</i> (Y_3)	45
Tabel 4.10 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Action Loyalty</i> (Y_4).....	46
Tabel 4.11. Pengujian <i>Reliability Consistency Internal</i>	48
Tabel 4.12 <i>Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis</i>	49
Tabel 4.13. <i>Construct Reliability dan Variance Extracted</i>	50
Tabel 4.14. <i>Assessment Of Normality</i>	51

Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Model <i>One- Step Approach – Base Model</i>	53
Tabel 4.16. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....	54
Tabel 4.17. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Model <i>One- Step Approach – Modifikasi</i>	54
Tabel 4.18. Uji Kausalitas Antar Faktor	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, Model: <i>One Step Approach – Base Model</i>	54
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, Model: <i>One Step Approach – Modifikasi</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ASURANSI JASARAHARJA PUTERA DI SURABAYA

Oleh:

Okky Wulansari

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan pada PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya. Fenomena yang terjadi pada saat ini di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Jumlah Pemegang Polis di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya Tahun 2005 – 2007. Pada tahun 2007 Total Pemegang Polis 2757 orang dan pada tahun 2008 Total Pemegang Polis 2036 orang. Berkaitan dengan masalah semakin rendahnya kepuasan nasabah dalam menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, maka dapat diketahui dari data jumlah komplain konsumen PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, periode Januari – Desember 2008 yang terus mengalami terjadi kenaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, mengenai kriterianya adalah konsumen minimal berusia 17 tahun, dan konsumen telah menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya \pm 6 bulan. Pengambilan sampel didasari oleh asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 – 10 kali parameter yang diestimasi (Augusty, 2002: 98), Pada penelitian ini ada 24 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 120-240. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 120 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM diagram yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang akan diuji.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya.

Key Words: Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berasuransi tidak terlepas dari manfaat asuransi terhadap kehidupan sosial ekonomi pemegang polis antara lain : (1) memberi rasa aman ; (2) mengeleminir ketergantungan bagi usia lanjut ; (3) kontribusi pendidikan bagi anak ; (4) menyediakan dana yang dibutuhkan untuk investasi. Meningkatnya kesadaran masyarakat berasuransi ditandai dengan kenaikan jumlah pendapatan premi. Menurut Ketua Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dari data yang dikumpulkan 31 perusahaan besar asuransi jiwa yang terdiri dari 13 perusahaan nasional dan 18 perusahaan patungan diperoleh jumlah investasi selama periode triwulan I tahun ini meningkat 40 persen dibanding pada periode yang sama tahun 2007. Tahun 2007 investasi mencapai Rp 9,9 trilyun, tahun ini mencapai Rp 13,9 trilyun. Lonjakan juga terjadi pada jumlah agen asuransi. Jika tahun 2007 jumlah agen tercatat sekitar 56.000 orang lebih, tahun 2008 meningkat menjadi 65.000 orang lebih. (www.kompas.com/kompas-cetak/0207/08/ekonomi).

Perkembangan industri asuransi dari tahun ke tahun meningkat sekitar 20 sampai 30 persen per tahun. Jika 15 tahun lalu masyarakat yang menjadi peserta asuransi sekitar 1,5 persen dari jumlah penduduk Indonesia, sekarang jumlah itu menjadi 12,5 persen atau sebanyak 24 juta orang yang terdaftar sebagai pemegang polis asuransi. Sampai 2008, pertumbuhan pendapatan premi asuransi jiwa naik

46 persen dibandingkan hasil pada periode yang sama tahun lalu, diharapkan tahun ini bisa meningkat hingga 50 persen. Peningkatan itu disebabkan faktor kesadaran masyarakat yang semakin percaya keuntungan berasuransi. Meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah ke atas yang secara finansial mampu berasuransi, juga memacu perkembangan industri asuransi. (www.kompas.com/kompas-cetak/0207/08/ekonomi)

Keberhasilan suatu perusahaan asuransi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut dapat memuaskan nasabahnya, dan salah satunya dengan memberikan pelayanan kepada nasabah yang hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan. Kepuasan nasabah secara individu sangat sulit untuk dicapai yang dikarenakan oleh keanekaragaman keinginan setiap nasabah. Oleh karena itu setiap perusahaan asuransi selalu mempunyai berbagai cara pendekatan untuk mendapatkan solusi yang bagus untuk nasabah. Hal ini didukung oleh pernyataan Kotler (1997:36) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

PT. Asuransi Jasaraharja merupakan perusahaan yang juga bergerak dibidang jasa asuransi yang memberikan layanan asuransi, termasuk didalamnya kegiatan usaha *surety bond*. JP-INSURANCE merupakan salah satu diantara sedikit perusahaan asuransi di Indonesia yang aktif dalam pengembangan layanan *surety bond* sebagai salah satu jenis produk baru di Indonesia dengan prospek yang sangat cerah. JP-INSURANCE memiliki 4 produk unggulan, yaitu JP-ASTOR, JP-ASPRI, JP-GRAHA, dan JP-BONDING. Keempat produk unggulan

ini merupakan sebagian kecil dari jasa pertanggungan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabahnya terhadap berbagai macam resiko kerugian. (Swissre), ([Http/www.jasaraharja_putera.com](http://www.jasaraharja_putera.com)).

Fenomena yang terjadi pada saat ini di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berikut ini disajikan jumlah pemegang polis dari tahun 2005-2008, seperti yang pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1.1

Jumlah Pemegang Polis di PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya
Tahun 2005 – 2007

Tahun	Total Pemegang Polis (orang)
2005	2290
2006	1821
2007	2757
2008	2036

Sumber : PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2008

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada tahun 2008 mengalami penurunan bila dibandingkan dengan tahun 2007 yaitu dari 2757 orang menjadi 2036 orang. (Sumber : PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2008).

Berkaitan dengan masalah semakin rendahnya kepuasan nasabah dalam menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, maka berikut ini akan disajikan data jumlah komplain konsumen PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, periode Januari – Desember 2008.

Tabel 1.2

Jumlah Komplain Konsumen PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya
Periode Januari – Desember 2008

Periode	Jumlah Komplain Pelanggan (Orang)
Jan – 08	11
Feb – 08	15
Mar – 08	15
Apr – 08	17
Mei - 08	21
Jun – 08	20
Jul – 08	23
Agu – 08	25
Sep – 08	26
Okt – 08	26
Nop – 08	28
Des – 08	31
Total	258

Sumber: PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya, Tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1.2, diketahui bahwa selama periode Januari - Desember 2008 telah terjadi kenaikan jumlah komplain konsumen yang menggunakan PT. Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya. Kenaikan jumlah komplain konsumen tersebut mengindikasikan semakin banyaknya pelanggan yang tidak puas dengan produk asuransi jasaraharja putera dalam setiap bulannya, yang pada akhirnya akan berdampak pada semakin turunnya loyalitas nasabah. Salah satu penyebab turunnya kepuasan dan loyalitas konsumen tersebut adalah semakin jeleknya kualitas pelayanan di Asuransi Jasaraharja Putera Surabaya.

Loyalitas konsumen adalah minat pembelian ulang oleh pelanggan atas suatu produk di masa yang akan datang. Loyalitas berkembang mengikuti tiga tahapan, yaitu kognitif, afektif dan konotif. Ketiga aspek tersebut harus selaras,

walaupun dalam disonansi menunjukkan tidak semua kasus mengalami hal yang sama (Dharmmesta, 1999). Menurut Dick dan Basu (1994), loyalitas memerlukan konsistensi dari ketiga struktur psikologi tersebut. Konsumen yang hanya mengaktifkan tahap kognitifnya adalah konsumen yang paling rentan terhadap perpindahan merek karena adanya rangsangan pemasaran. Seorang konsumen yang mengalami ketidakpuasan pada masa pasca-konsumsi mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan belinya dengan mencari alternatif merek lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya.

Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen diungkapkan oleh Hirshman (1970) dan Oliver, et,el (1997) dalam Wenny dan Rizal (2008: 47) yang menyatakan bahwa konsumen yang merasa tidak puas akan mengeluh dan pindah, dan tingkat kepuasan yang tinggi menjadi kunci dari kesetiaan.

Kualitas layanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu organisasi berkualitas atau tidak. (Parasuraman, et.al, 2000:44), sedangkan kepuasan menurut Kotler (1997:36) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang ia rasakan dibandingkan harapannya.

Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen seperti yang diungkapkan oleh Boone dan Kurtz (1995:439) bahwa kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan konsumen, kualitas layanan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Analisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

“Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan Asuransi Jasaraharja Putera di Surabaya”

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

2. Bagi Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.